



# ROGIER VAN DER MAAS

## DRIVESHAFT CREATIVE MARKETING

Prinses Christinalaan 8

3454AM De Meern

T: 06 21 58 16 09

E: [rvandermaas@driveshaft.nl](mailto:rvandermaas@driveshaft.nl)

KvK: 73008095

### DNA

Generalist, regelaar, avontuurlijk, enthousiast, innovatief, ondersteuner, creatief en teamspeler;

Ik houd van doen en maken. Om met de voeten in de modder te staan en mijn handen te mogen gebruiken. Om te creëren, organiseren en te coördineren; van marketingmaterialen en content tot aan projecten en evenementen. Want bedenken, opzetten, verbinden en uitvoeren is waar ik goed in ben en waar ik mijn energie uit haal.

Ik zie en leg gemakkelijk verbanden en leer snel, waardoor ik snel inzetbaar ben. Met mijn brede kennis en ervaring zie ik wat er nodig is en ontdek nieuwe kansen.

Ik houd ervan om voor mijn opdrachtgevers en klanten met creatieve oplossingen en nieuwe ideeën te komen. Maar ook om merken op te laten vallen tussen al het ruis door de juiste verhalen te vertellen.

Ik ben een mensen-mens en ik werk graag samen met collega's, partners, klanten en derde partijen om echt iets moois en effectiefs neer te zetten. [Ik zet jullie marketing in beweging.](#)

### DRIVESHAFT

Driveshaft is een jong bedrijf (2018) maar wel met +10 jaar aan kennis en ervaring in het coördineren en organiseren van de marketing & communicatie in diverse (internationale) organisaties en sectoren als werknemer én als ZZP'er.

Driveshaft beschikt over een breed netwerk van slimme en creatieve ZZP'ers en ervaren ondernemers waarmee ik jouw marketing en communicatie in beweging kan brengen door originele ideeën, een goed plan en een duidelijke uitvoering.

### KENNIS

Digitaal

Video marketing, influencer marketing, sociale media marketing, content marketing, SEA/SEO, email marketing, display advertising & campagnes

Content & materialen creatie

Video, infographics, landingspagina's, brochures, catalogi, advertenties, site take-overs, banners en meer

Marketing projectmanagement

product & service introducties, evenementen, huisstijl ontwikkeling en websites

Sales & marketing

Strategie, tone-of-voice, look and feel, strategic partnerships, thought-leadership, promotiematerialen, Public Relations, beurzen en channel marketing

### VAARDIGHEDEN

Schrijven

Coördineren

Organiseren

Begeleiding/coaching

DTP/Ontwerp

Concept & huisstijl ontwikkeling

PR / media relaties

Aansturen derde partijen

### TOOLS

CRM (Salesforce/Oracle sales cloud)

Diverse CMS systemen incl. Wordpress

Adobe Photoshop & Indesign

MS Office (incl. Teams & SharePoint)

Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest

Trello/Click-up/Monday

MailChimp/Buffer/Hootsuite

Google Search, Analytics, Trends, Adwords

### TALEN

Nederlands, Engels & Duits

### MIJN MERKEN



## ROLLEN

---

### CHANNEL MARKETING MANAGER EMEA

Ultimaker BV

2019 - 2020

### MARKETING & COMMUNICATIONS COÖRDINATOR

iiyama International BV

2017 - 2018

## FOCUS PROJECTEN

---

### Marketing materialen - Ultimaker Applicatie koffers

Om bedrijven te overtuigen van de mogelijkheden met een 3D printer zijn er honderden applicaties en koffers gemaakt voor de Ultimaker resellers. Dit project is mid 2018 gestrand.

Na inventarisatie heb ik alle stakeholders bij elkaar gebracht en akkoord gekregen om het project af te ronden. Begin 2020 zijn alle koffers uitgezocht en alle applicaties gemonteerd zodat mid-2020 alle partners en resellers in EMEA beschikte over de applicatie demo koffers.

### Organisatie - 3-daagse 2020 EMEA Sales Partner evenement

Om de nieuwe sales partners aanpak te lanceren hebben we alle sales partners uitgenodigd voor 3 intensieve en interactieve dagen. Het doel was de ontwikkeling van een groei-mindset bij de partners en een vernieuwde samenwerking door middel van kennis deling, trainingen én team building.

In een maand tijd heb ik het programma opgezet, de locaties en activiteiten geregeld en het evenement georganiseerd. Het evenement kreeg een waardering van 8,9 en werd gezien als het beste sales partner evenement ooit.

### E-Training Lead follow-up in OSC voor 18 sales partners

Ultimaker genereert gemiddeld 4000 leads op jaar basis voor de Sales partners in EMEA. Helaas werden niet alle leads opgevolgd of goed bijgehouden in het systeem, waardoor er veel omzet bleef liggen.

Om dit aan te pakken heb ik een e-training opgezet voor de accountmanagers en de sales partners waarin ze getraind werden in het opvolgen van leads en het gebruik van het systeem.

Uiteindelijk heb ik als onderdeel van dit project ook Oracle Sales Cloud processen opgezet en het systeem zo ingericht zodat ook de leads direct aan resellers van de Sales Partners konden worden toegewezen door de Sales Partners.

### Opzetten Influencer & Youtube video marketing programma's

Speciaal voor een merk zoals iiyama was het belangrijk om de juiste doelgroep te bereiken en om productinformatie te delen zodat de consument de juiste informatie had om de beste beslissing te maken.

Voor het Gaming merk G-Master ben ik samenwerkingen met diverse influencers in Frankrijk, Duitsland en Engeland aangegaan die onze monitoren wilde testen en reviews op hun Youtube en Twitch kanalen.

Voor de groot formaat en touch monitoren heb ik diverse how-to-video's geschoten waarin de product features besproken werden. Daarnaast heb ik het iiSignage promotiefilmpje ontwikkeld waarmee de voordelen van de 40-series software display helder en duidelijk wordt uitgelegd.

De video's werden gedeeld via de iiyama Youtube kanaal die ik samen met een derde partij heb gestructureerd en geoptimaliseerd voor vindbaarheid en merkimago.

### Ontwikkelen partnership programma

Om de merkbekendheid van het gaming merk G-Master verder te vergroten heb ik het preferred partnershipprogramma opzet wat als doel had om met bekende merken in de gaming wereld een samenwerking aan te gaan waarbij ze exclusief iiyama G-Master monitoren gebruiken wanneer ze op een beurs of evenement staan.

Hiervoor heb ik onderhandeld met partijen zoals Ubisoft, ZOTAC gaming, Trust Gaming, HyperX en Big Ben interactive. Iiyama was hardware partner van Trust Gaming, HyperX en ZOTAC in 2018.

**MARKETING &  
COMMUNICATIONS  
COORDINATOR EUROPA**

Container Centralen Benelux BV,

2015 – 2016

**Product introductie CC Solid & CC Air (2016)**

Voor de introductie van de CC Solid is er een communicatieplan opgezet samen met de projectleider waarin de focus lag op de communicatie rondom de nieuwe plaat. Verder heb ik een informatieprogramma opgezet met daarin een speciale website, fotografie, persberichten en email campagne om de plaat te introduceren bij de klanten van Container Centralen.

Tevens zijn er diverse evenementen gepland waar zowel de CC Solid als de CC Air getoond werden aan klanten zodat ze er vragen over konden stellen en de platen zelf konden uitproberen.

**Ontwikkeling van CC's nieuwe huisstijl (2017)**

In 2012 startte het veranderingsprogramma van CC. Van monopolistische organisatie naar een klantgerichte organisatie met een droom. Om deze verandering zowel intern als extern te visualiseren heb ik samen met een marketingstrateeg en reclamebureau de nieuwe huisstijl ontwikkeld.

Het nieuwe logo diende de veranderende waarden van de organisatie uit te dragen met respect voor het verleden. Wij hebben toen gekozen voor twee heldere kleuren groen en oranje als symbool voor zowel de groenteelt als de retail focus in de organisatie. De openheid en het delen van ladingdragers is gesymboliseerd in de circulaire pijlen die in beweging lijken te zijn.

**MARKETING COMMUNICATIE  
GENERALIST**

Twelve Communications

2011 – 2016

**Coördinatie kantoorverhuizing & branding van het Genesys EU-hoofdkantoor in Naarden**

Met Genesys's zelfstandigheid in 2012 was er een nieuw kantoorpand nodig. Ik heb de hele verhuizing en aankleding van het nieuwe pand op mij genomen. Van contracten en SLA's met schoonmakers, verhuizers, beveiliging en groenvoorziening tot aan de complete custom inrichting.

Voor de inrichting ben ik gegaan voor een open en groene werkomgeving waarbij er door lage kastenwanden met voldoende planten, glazen wanden, op maat gemaakte lampenkappen en een centrale houten werktafel een fijne en gezellige ruimte werd gecreëerd.

De 'Cafe G' kantine was een speciale plek met flexibele diner-achtige inrichting in de huiskleuren waardoor de 'samen lunchen aan een tafel' indeling van het Nederlandse team gemakkelijk veranderd kon worden naar flex overleg plekken of een grote evenementen ruimte door modulair meubilair te gebruiken. Uiteraard was er een centrale plek voor een luxe koffieautomaat voor het café gevoel.

Voor het hele pand heb ik gebruik gemaakt van de huisstijl elementen om het een echt Genesys gezicht te geven. Omdat een goede customer experience de missie was van het bedrijf zouden er zwart-wit close-up foto's van mensen door de hele centrale gang worden gehangen. Het doel was hiermee om zo de collega's én de bezoekers eraan te herinneren dat Genesys elke dag werkte voor de best mogelijke klantervaring van de klanten van onze klanten.

**Organisatie Dynamic Tour 2011 voor Alcatel Lucent Enterprise**

Ter promotie van de nieuwe producten en services van Alcatel-Lucent Enterprise organiseerde ik samen met mijn team de Dynamic Tour van 2011. Dit evenement duurde 2 dagen met meer dan 200 resellers in de Fokker Terminal in Den Haag.

Voor het evenement heb ik het programma opgesteld, de aankleding en inrichting geregeld met een stand bouwer uit Engeland en de communicatie en organisatie rondom het evenement incl. catering, muziek en diners geregeld.

**Social Media Team Lead voor TEDxAmsterdam in 2014**

Als team leader beheerde ik de sociale mediakanalen van TEDxAmsterdam samen met 5-10 vrijwilligers. Ik zorgde voor de werving van nieuwe vrijwilligers en voor de aansturing van het team gedurende het hele jaar en tijdens het evenement in het Stadstheater van Amsterdam.

In 2014 zijn de sociale mediakanalen met >25% gegroeid in likes, followers en interactie. Het jaarlijkse evenement was dat jaar al trending topic op Twitter halverwege de avond.

## COMMUNICATIE MEDEWERKER

Valori BV, Nieuwegein

2006 – 2010

### Het Valori relatiemagazine 'Value!' (2009)

Valori had diverse accountmanagers in dienst die met grote regelmaat hun grootste klanten bezochten. Er was echter niet altijd even veel tijd voor iedere klant en veel klanten waren niet op de hoogte dat Valori meerdere business units had voor diverse onderdelen van hun processen.

Om de accountmanagers te ontlasten en om de communicatie met de klanten te verbeteren heb ik het bestuur van Valori weten te overtuigen van de toegevoegde waarde van een relatie magazine. Niet alleen was dit een leuke waardering voor een klant, maar ook een communicatiekanaal waarin Valori de klant kon informeren over andere businessunits, nieuwe ontwikkelingen en nieuwe services.

Dit leidde tot een betere zichtbaarheid en waardering van de merknaam Valori bij klanten een stijging in het aantal opdrachten.

Het relatiemagazine is 8 jaar lang uitgegeven door Valori.

## MARKETING MATERIALEN

---

2020 Ultimaker Sales partner jassen  
2020 Ultimaker applicatie koffers  
2018 iiyama LFD/iLFD product box design  
2017-2018 iiyama diverse online en offlineadvertenties  
2018 iiyama iiSignage video  
2017 & 2018 iiyama Influencer gaming monitor videos  
2017 & 2018 iiyama LFD & Touch catalogus & leaflets  
2016 websiteontwikkeling CC Solid introductie  
2016 CC Dolly handling infographic voor Delhaize  
2015 & 2016 Diverse beursmaterialen voor CC  
2015 Websiteontwikkeling containercentralen.com  
2014 Akzo Nobel Talent Development brochure

## RECENTE KENNIS

---

2020 Google Analytics Essential training LinkedIn Learning  
2020 SEO Keyword Training LinkedIn Learning  
2020 3D Printing Sales training Ultimaker Academy  
2018 Video Content Marketing Frankwatching Trainingen  
2017 Influencer Marketing Clinic Beeckenstijn Business  
2011 Media Training Alcatel-Lucent University

## PRODUCT INTRODUCTIES

---

2019 Ultimaker S5 Pro Bundle  
2019 Ultimaker S3  
2018 iiyama 10, 15, 20. 40 en 46-series digitale displays  
2018 iiyama 03, 20 en 38-series interactieve displays  
2017 iiyama 65 en 82-series digital displays  
2017 iiyama 65 en 86-series interactieve displays  
2016 Container Centralen CC Solid  
2016 Container Centralen CC Air  
2016 CC Beer Flow Service

## ARTIKELN

---

2018 iiyama thought leadership artikel - ISE Daily  
2014 AkzoNobel opinieartikel in het Supply Chain Magazine  
2014 Akzo Nobel – diverse innovatieartikelen o.a. over Shale Gas, pigments en drones voor de interne organisatie  
2013 Voice als fraude detector - Telecommerce  
2012 Genesys is zelfstandig - de Telecommerce  
2011 De Standaard 5-daagse blog serie van de CEO van Alcatel-Lucent Enterprise België  
2011 Diverse artikelen voor de interne organisatie zoals over Nike Grind project en het nieuwe campus restaurant